



Credito

Ridurre il tasso soglia nella cessione del quinto

Pag. 5



Veneto Banca

MC lancia azioni collettive per gli azionisti

Pag. 6



Iniziative

MC aderisce a "La Digital Tax" anche in Italia"

Pag. 7



Rubriche

Notizie, campagne, informazioni utili

Pag. 8/11

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



MOVIMENTO
CONSUMATORI

dicembre 2016

Anno 08 N. 06

via Piemonte, 39/A 00187 Roma Tel. 064880053 Fax 064820227 www.movimentoconsumatori.it info@movimentoconsumatori.it

DOSSIER

Consumatore socialmente responsabile? Si diventa

È in aumento il numero di italiani che acquistano i cosiddetti prodotti di IV gamma: frutta, verdura e, in generale, gli ortaggi freschi confezionati e pronti per il consumo. Per essere più chiari, i prodotti in busta. Nessuna fatica per prepararli, basta aprire la bustina e il pranzo è servito.

Ma ci si chiede mai quanta plastica viene prodotta per l'imballaggio? Verrà correttamente smaltita tramite la raccolta differenziata? E ancora, quanta acqua viene impiegata nei diversi lavaggi? Forse non ci poniamo simili interrogativi, privilegiando la comodità a scapito degli impatti sociali e ambientali degli acquisti. E se invece si iniziasse a mettere in discussione stili di vita poco sostenibili in favore di comportamenti più virtuosi, sviluppando la cosiddetta "responsabilità sociale di consumo"?



dossier
segue a **pagina 2**

L'intervista: Leonardo Becchetti, economista e presidente comitato scientifico di Next



Il concetto di consumo critico ha indubbiamente subito un'evoluzione negli ultimi anni. Se in principio nasceva come una semplice modalità di consumo "alternativo", oggi è invece cresciuta la consapevolezza che la preferenza per un certo tipo di prodotto o di azienda può avere un valore "politico", nel senso che può contribuire a indirizzare le scelte di aziende e di pubbliche amministrazioni. A questo proposito

Leonardo Becchetti, economista italiano, professore ordinario di Economia politica presso l'Università di Roma Tor Vergata e presidente del comitato scientifico di Next (una rete di organizzazioni della società civile, di consumatori, di imprese e del Terzo Settore che promuove una nuova economia più sostenibile) ha introdotto il concetto di "voto col portafoglio": la sovranità espressa dal consumatore che decide di usare il suo potere di acquisto e di risparmio per premiare, o viceversa punire, aziende e/o Paesi responsabili, o irresponsabili, dal punto di vista sociale e ambientale.

In cosa consiste il voto con il portafoglio e da quale riflessione nasce? È a suo avviso sufficiente per raggiungere una sorta di democrazia economica? Quale ruolo possono avere le istituzioni nell'ambito del voto col portafoglio?

Il voto col portafoglio è il potere che i cittadini hanno per premiare con le loro scelte di consumo e risparmio le aziende che sono all'avanguardia nel creare valore economico socialmente e ambientalmente sostenibile.

una buona notizia...

Alimenti. Un patto contro lo spreco

L'accordo è stato siglato da Confesercenti e da Last minute market (Lmm), lo spin-off dell'Università di Bologna che recupera le eccedenze alimentari.

Circa 264 mila negozi alimentari, bar e ristoranti sono pronti a lottare in prima linea contro lo spreco alimentare, per dare così piena attuazione alla legge antisprechi, entrata in vigore il 14 settembre scorso.

...e una cattiva

Salute. Oms: cresce la resistenza agli antibiotici

In Italia, in 10 anni, i batteri resistenti ai medicinali creati appositamente per combatterli sono passati dal 16% al 34% e la causa sarebbe l'assunzione sconsiderata di antibiotici, ingeriti quando non è necessario o in modalità scorrette. E' quanto emerge dall'ultimo report dell'Organizzazione Mondiale della Sanità. Nella graduatoria dell'antibiotico-resistenza l'Italia è posizionata male: terzultima, preceduta da Turchia e Grecia.



editoriale di Alessandro Mostaccio*

Stop CETA. Facciamoci sentire!

Dopo tutto l'impegno profuso dalla nostra associazione per portare a conoscenza dell'opinione pubblica la dannosità di un trattato di liberalizzazione commerciale come il TTIP ed aver tratto un respiro di sollievo, quando i tentativi fatti da Obama per chiuderlo nel corso del suo mandato, sono andati falliti non possiamo oggi, non porre la stessa attenzione al suo "fratello gemello", il CETA (EU - Canada Comprehensive Economic and Trade Agreement) il cui iter di ratifica con il Canada è ormai alle battute finali. Proprio grazie alla mobilitazione di molti cittadini europei e canadesi e di oltre 450 associazioni della società civile che si sono appellate agli eurodeputati perché si informino, approfondiscano e studino e, dopo aver approfondito e studiato, votino contro la sua approvazione e - grazie all'opera di controinformazione indipendente svolta per mesi - abbiamo ottenuto un rinvio della ratifica in aula a fine gennaio 2017, calendarizzata inizialmente per il 14 dicembre. E' quindi il momento di agire e chiedere conto ai nostri eurodeputati di come intendano votare a fronte di una dannosità economica, ambientale e "sanitaria" del CETA evidente, ormai, alle stesse commissioni parlamentari. Il 9 dicembre, EMPL (commissione PE che si occupa delle politiche del lavoro), ha approvato con 27 voti contro 24, un parere negativo sul CETA in cui chiede al Parlamento europeo stesso di rigettare l'accordo.

*segretario generale MC

segue a **pagina 4**

segue a **pagina 4**

DOSSIER

Italiani sempre più consapevoli dei loro acquisti



segue dalla prima

dossier a cura di **Francesca De Matteis**

Se da un lato alcuni indicatori sembrano evidenziare una crescente propensione a consumi e atteggiamenti sostenibili, dall'altro sono ancora diffusi molti comportamenti "poco responsabili". Tornando all'esempio dell'insalata in busta, secondo un'indagine condotta nel 2015 da Aiipa (Associazione italiana industrie prodotti alimentari), le vendite nel settore dei prodotti di IV gamma (frutta, verdura e ortaggi pronto-uso) sono aumentate del 3%. Circa 19 milioni di famiglie italiane hanno avuto almeno una volta nel piatto prodotti derivanti dalla IV gamma. Alimenti così confezionati rispondono all'esigenza comune della contemporaneità: ottimizzare il tempo.

Ciò nonostante, sembra che qualcosa stia cambiando: secondo il "Global Corporate Citizenship" (recente indagine realizzata in 59 Paesi con 30 mila interviste sulla responsabilità sociale del consumatore elaborata da Nielsen) si sta delineando un nuovo tipo di consumatore, non solo attento alle tematiche sociali, ma anche in grado di riconoscere un effettivo valore aggiunto in termini di premium price e di

fiducia. Oggi il consumatore vuole sapere come, chi ha prodotto un determinato bene o servizio, ha operato sull'intera filiera produttiva e se lo ha fatto in maniera responsabile.

L'indagine di Nielsen del 2014 ha rivelato che è in crescita (+12%) il numero degli italiani che acquistano prodotti e servizi da aziende impegnate socialmente rispetto ad una loro precedente indagine del 2012. Il 45% si dichiara disposto a pagare di più per acquisti da aziende che hanno sviluppato programmi di responsabilità sociale, mentre il 53% preferirebbe lavorare per un'azienda con un positivo impatto sociale e ambientale.

Tra le principali ragioni che spingerebbero gli italiani all'acquisto consapevole c'è l'impegno delle aziende per: la riduzione della mortalità infantile (62%, media Ue 57%); la disponibilità di acqua potabile sul pianeta (58%, media Ue 59%); l'eliminazione della povertà estrema e della fame (56%, Ue 53%).

A livello globale, l'indagine di Nielsen evidenzia che attualmente il 55% dei consumatori è disposto a pagare di più per prodotti e servizi di aziende che hanno sviluppato programmi di responsabilità sociale e questa proporzione è in crescita (+9 punti percentuali rispetto alla rilevazione 2012).

I consumatori sono maggiormente disposti a pagare un premium price per prodotti e servizi di aziende che hanno sviluppato programmi di responsabilità sociale nell'area Pacifica del continente Asiatico (64%), nel Medio Oriente e in America Latina (entrambi 63%, seguiti dai consumatori del Nord America (42%). In Europa, invece, si registra un incremento di 4 punti tra i consumatori socialmente consapevoli. All'interno dell'Eurozona, il primo posto è occupato dalla Slovacchia (47%), seguita da Slovenia (46%), Portogallo (45%) e Grecia (44%). Si registra, invece, una proporzione sensibilmente inferiore di consumatori socialmente consapevoli nei paesi del Nord Europa, soprattutto in Belgio (29%), Paesi Bassi (30%), Finlandia (32%).

I consumatori più attivi dell'Eurozona che hanno acquistato da aziende responsabili negli ultimi sei mesi si trovano in Slovenia (51%), Grecia (49%), Portogallo e Austria (entrambi al 46%). Sul fronte opposto, in un'ottica di coerenza diffusa tra attitudini e comportamenti dichiarati, Paesi Bassi (30%) e Belgio (29%) hanno la più bassa proporzione di consumatori che hanno concretizzato in acquisti consapevoli le loro "buone intenzioni".

A livello europeo, Italia compresa, altre motivazioni sono i progetti di sviluppo messi in campo dalle aziende per l'accesso alle cure sanitarie (53%), il sostegno alla ricerca su malattie croniche non trasmissibili (57%) e malattie trasmissibili come l'HIV (47%).

Gli intervistati sono stati "interrogati" su 18 argomenti in materia di sostenibilità sociale: dalla ricerca scientifica all'assistenza socio-sanitaria, dalla lotta alla mortalità infantile alla povertà e alla formazione culturale e sociale, dalla sostenibilità ambientale allo sviluppo locale e fino al sostegno alla cultura all'integrazione etnica. Il concetto di consumo sembra dunque svincolarsi dalla logica della "mera" dimensione economica, dove il consumatore acquista un bene contro il pagamento di un prezzo.

Per delineare in maniera più chiara le caratteristiche di questa nuova figura di "consum-attore" e l'importanza del suo ruolo nella società attuale, MC, tramite l'iniziativa We like - finanziata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali - è impegnata in una serie di attività che avranno lo scopo di sensibilizzare i cittadini alla "responsabilità sociale di consumo", fornendo loro informazioni oggettive e puntuali sulle filiere e sui prodotti, con l'obiettivo di innescare un processo positivo di scelta e di cambiamento negli stili di vita dei consumatori.

* Lo sviluppo di un'economia sociale

Le crescenti preoccupazioni degli ultimi decenni sulla sostenibilità sociale della crescita economica causata dalla globalizzazione – che si sommano a quelle relative alla sostenibilità ambientale già esistente – sono state fautrici di numerose esperienze di economia sociale: nuove forme economiche che hanno lo scopo di coniugare sostenibilità sociale, relazionale e ambientale con l'attività economica.

Si tratta in sostanza di forme di microcredito, ma anche di commercio equo e solidale, di imprenditoria sociale e di agricoltura biologica. E ancora, di responsabilità sociale di impresa, di co-housing, e di consumo critico.

Ad oggi non esiste una definizione precisa e soprattutto condivisa di finanza etica e a questo proposito può venire in aiuto quanto scritto dall'economista e presidente del comitato scientifico di Next, Leonardo Becchetti (intervistato in questo numero, ndr) secondo il quale "la finanza etica sta al risparmio come il commercio equo e solidale sta al consumo". L'obiettivo è quello di ricondurre così l'economia e la finanza al servizio del bene comune e della società secondo modelli di sviluppo sostenibile, affinché i cittadini possano intervenire dal basso, senza delegare le soluzioni al pianificatore.

Sino ad oggi si rileva che sono stati 14mila i microcrediti concessi, per un totale erogato di 94 milioni di euro; 4.400 i posti di lavoro generati e incrementato il supporto diretto alla parte più fragile della popolazione: giovani (52% delle imprese sono startup), donne, stranieri residenti (44% dei microcrediti impresa e 92% dei microcrediti famiglia sono verso migranti).

DOSSIER

Consumatori responsabili, le iniziative di MC



Italiani sempre più sensibili e attenti ai propri acquisti, disposti a pagare un prezzo maggiore per comprare prodotti di aziende che intraprendono attività di responsabilità sociale. Ciò nonostante si parcheggia ancora sui posti riservati ai disabili, si compra contraffatto, non si effettua correttamente la raccolta differenziata, non si timbra il biglietto dell'autobus. Sono solo alcuni esempi di comportamenti diffusi in un contesto sociale atomizzato, dominato da un clima di sfiducia e individualismo. Quanto bisogna ancora lavorare per far sì che veramente i cittadini diventino a tutti gli effetti consumatori socialmente responsabili?

Analizzando, ad esempio, il fenomeno della corruzione, se da un lato l'Italia ha guadagnato otto posizioni rispetto allo scorso anno, rimane comunque un Paese poco virtuoso piazzandosi al 61° posto su 168 (nel mondo), secondo il nuovo Indice di percezione della corruzione (CPI) di Transparency International. Come se non bastasse, secondo i dati del Barometro Globale della Corruzione 2013, solo il 56% degli italiani è disposto a segnalare un episodio di corruzione, rispetto alla media globale del 69%. Paura, sfiducia e convinzione che poco o nulla possa cambiare sono le ragioni che spingono a rimanere in silenzio.

Si ha inoltre la percezione che le attività illegali costituiscano una sorta di mercato parallelo con cui convivere e persino da cui trarre vantaggio. Basta guardare il dato relativo all'acquisto di merci contraffatte: nel 2012 (lo studio del Ministero dello Sviluppo economico - Direzione generale Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi è del 2014) gli italiani hanno speso sul mercato interno 6 miliardi e 535 milioni di euro per l'acquisto di prodotti "taroccati". I settori più colpiti dalla contraffazione sono quelli dell'abbigliamento e degli accessori (con fatturato che supera i 2 miliardi e 243 milioni di euro, pari al 34,3% del totale), il comparto cd, dvd e software (oltre 1,786 miliardi di euro, il 27,3%) e quello dei prodotti alimentari (poco più di un miliardo di euro, pari al 15,8%).

Nonostante gli effetti della crisi, il fatturato del mercato interno della contraffazione resta piuttosto florido.

Sul fronte della consapevolezza sullo spreco alimentare le cose sembra che ultimamente stiano andando meglio: secondo una recente indagine Ipsos è la crisi economica a rappresentare uno dei fattori fondamentali che ha indotto gli italiani (51%) ad una maggiore attenzione anche al proprio stile di consumo alimentare.

Oltre la metà degli italiani (54%) avrebbe ridotto in maniera considerevole il quantitativo di alimenti che finiscono in spazzatura senza essere consumati e soprattutto presta maggiore attenzione alle caratteristiche dei prodotti, a partire dalla filiera corta (50%), ovvero all'origine locale, al rispetto della stagionalità a favore della qualità (48%). Un italiano su due, inoltre, preferisce rifornirsi presso piccoli produttori locali e a "km 0".

E a proposito di spreco alimentare, l'Italia fa un passo avanti grazie alla legge entrata in vigore il 14 settembre del 2016. Una legge diversa da quella francese, poiché non prevede sanzioni, ma che si pone come scopo primario la valorizzazione delle buone pratiche. Per sapere quindi come e quanto inciderà questa normativa contro gli

sprechi alimentari occorrerà attendere ancora qualche mese.

Una legge attesa da anni, richiesta con insistenza, vista la portata del fenomeno. Si stima che in Italia ogni anno finiscano tra i rifiuti dai 10 ai 20 milioni di tonnellate di prodotti alimentari, per un valore di circa 37 miliardi di euro. Un costo di 450 euro all'anno per famiglia. Secondo la Coldiretti, si tratterebbe di cibo che basterebbe a sfamare circa 44 milioni di persone. Sempre secondo i dati diffusi da Coldiretti, dei 12,5 miliardi che vengono sprecati ogni anno, il 54% è legato al consumo domestico, il 21% al settore della ristorazione, il 15% nella GDO (grande distribuzione organizzata) e l'8% nel settore agricolo.

L'Osservatorio sugli sprechi, inoltre, individua come a livello domestico in Italia si sprecano mediamente il 17% dei prodotti ortofrutticoli acquistati, il 15% di pesce, il 28% di pasta e pane, il 29% di uova, il 30% di carne e il 32% di latticini. Per una famiglia italiana questo significa una perdita di 1.693 euro l'anno.

Se i dati sugli atteggiamenti degli italiani non sono forse troppo preoccupanti, in quanto l'adozione di comportamenti sempre più sostenibili sta crescendo, ci si rende però conto di quanta strada ci sia ancora da percorrere.

Movimento Consumatori nella sua esperienza quotidiana registra, infatti, la necessità di stimolare la cittadinanza ad essere più corresponsabile e attenta a prendersi cura della sua comunità, del territorio e della cosa comune.

E' emersa così con forza l'esigenza di mettere in campo un'iniziativa per promuovere una cultura della legalità e della corresponsabilità tra i cittadini, contrastando il senso di sfiducia ed apatia diffusa.

Un impegno indispensabile per mettere a punto e proporre percorsi educativi/formativi di costruzione di identità collettiva basati sulla legalità e sulla corresponsabilità negli atti di consumo, rinforzando il protagonismo di un cittadino consapevole e responsabile dei propri comportamenti all'interno della sua comunità, potenziando la sua capacità critica e restituendo valore alla sua testimonianza.

Ed è con il progetto We Like che Movimento Consumatori sta avviando un percorso (in)formativo con i consumatori-cittadini, affinché conoscano ed evitino le filiere illegali; comprendino le problematiche più significative della filiera/e produttiva/e in termini sociali, ambientali e dei diritti dei lavoratori, in modo da evitare anche la possibilità di una propria, anche se inconsapevole, complicità.

Fondamentale sarà il ruolo dei giovani, cui MC dedicherà uno spazio importante attraverso lo sviluppo di un percorso di educazione ad hoc nelle scuole superiori.

Movimento Consumatori ritiene che il cittadino debba essere sempre più in grado di autodeterminarsi, uscendo da una dimensione esclusivamente individuale di consumo, per arrivare a fare propria una diversa concezione di comunità.

Attraverso la propria 'lista della spesa' il "consum-attore" potrà quindi dare inizio a un meccanismo virtuoso e contribuire al benessere della società.

INTERVISTA A LEONARDO BECCHETTI, ECONOMISTA E PRESIDENTE COMITATO SCIENTIFICO DI NEXT

segue dalla **prima**



E' nostro interesse votare col portafoglio perché abbiamo bisogno di imprese che danno dignità al lavoro, tutelano l'ambiente e non usano pratiche elusive che allontanano il prelievo fiscale dal nostro Paese.

Molti pensano che in economia siamo ostaggio delle imprese. In realtà è proprio il contrario. Le imprese sono nostre "prigioniere" e possono muovere verso la responsabilità sociale nel nostro stesso interesse solo se noi le premiamo con i nostri acquisti.

Il mercato è fatto di domanda e offerta e la domanda siamo noi.

Dobbiamo capire che il sistema socioeconomico non può produrre bene comune se siamo passivi e limitiamo il nostro ruolo sociale al voto alle elezioni o ai referendum. Il voto col portafoglio ha effetti importanti sulle aziende anche con piccolissimi numeri. Basta vedere cosa accade quando qualcuno di noi cambia abbonamento tv, gas, acqua o luce e viene inseguito da chi abbiamo abbandonato che cerca di recuperare i clienti perduti.

Il voto col portafoglio può essere una risposta alla crisi economica e sociale di oggi? Non c'è il rischio che venga visto come qualcosa a portata solo di chi "se lo può permettere"? Pensiamo al biologico, molti pensano che acquistare bio sia qualcosa per ricchi, per radical chic.

Gli italiani buttano quasi 90 miliardi nell'azzardo ogni anno. Se usassero quelle somme per il voto col portafoglio il mondo sarebbe già cambiato. Non sempre i prodotti più responsabili costano di più. Nel caso del voto col portafoglio dei nostri risparmi, i fondi etici rendono come quelli tradizionali. Non è un caso che il massimo risultato del voto col portafoglio sia proprio nel settore dei fondi d'investimento, dove i fondi etici sono ormai al 30% della quota di mercato mondiale e a più del 50% in Europa. Non mi pare siano cifre di nicchia radical chic.

Molti dei prodotti venduti sugli scaffali di negozi e di supermercati non contengono, assieme a informazioni sul prezzo e sulla qualità del prodotto, indicatori di giudizio sui contenuti valoriali del prodotto stesso e della filiera all'interno della quale è stato generato. Le cosiddette "etichette narranti" potrebbero essere una soluzione per indirizzare al meglio le scelte dei consumatori?

E' assolutamente così. I maggiori margini di progresso sul voto col portafoglio arriveranno da migliori informazioni in materia. Con etichette narranti, app per cellulari, punti vendita intelligenti che mettono a disposizione queste informazioni, nuovi "trip advisor" che raccolgano e mettano a disposizione informazioni non solo per la qualità, ma anche per il valore sociale e ambientale dei prodotti.

Per favorire la nascita di questi nuovi attori e promuovere la cultura del voto col portafoglio abbiamo creato la rete multistakeholder di Next che sta facendo un importante lavoro di diffusione delle pratiche di cittadinanza attiva agendo di concerto con ong, sindacati, associazioni di consumatori come il Movimento Consumatori e associazioni datoriali.

Crede che ci sia il rischio che la portata delle scelte individuali venga fagocitata dall'attuale logica di mercato? Pensiamo alla questione dell'olio di palma: oggi molte aziende hanno "ascoltato" i consumatori e ridotto drasticamente il suo utilizzo. Ma questo forse ha semplicemente spostato "più in là" il problema delle agricolture intensive. Probabilmente ora si intensificheranno le produzioni di olio di girasole e di cocco...

La storia dell'olio di palma è un bell'esempio di quanto il voto col portafoglio sia potente e di quanto rapidamente possiamo ottenere risultati.

Ovviamente ci vuole cultura, approfondimento, studio e capacità di analisi per evitare che gli umori dei cittadini vadano in direzioni non utili ai fini della sostenibilità sociale ed ambientale e del progresso del ben vivere. I mondi della ricerca, della cultura e della comunicazione sono fondamentali da questo punto di vista.

Il commercio equo e solidale è una strada oggi percorribile per una democrazia economica? Come ci si pone davanti alla necessità di promuovere prodotti a km. 0, di stagione e locali e allo stesso tempo sostenere produzioni, seppure etiche così lontane?

Ci sono prodotti per i quali il dilemma ambiente-dignità del lavoro non si pone come caffè, thè, banane, ecc. Per altri il problema si può porre.

Bisogna peraltro considerare che il commercio equo e solidale è molto cambiato in questi ultimi anni. La gamma di prodotti e di filiere è stata molto arricchita da filiere solidali italiane. Il problema della dignità del lavoro non è lontano, ma drammaticamente vicino come ci hanno suggerito inchieste recenti sul caporalato in agricoltura.

F.D.M.



editoriale

di Alessandro Mostaccio, segretario generale MC

segue dalla prima: **STOP CETA. FACCIAMOCI SENTIRE!**

Nelle motivazioni si legge "per quanto concerne la creazione di posti di lavoro dignitosi, i dati empirici basati su modelli reali indicano, nella migliore delle ipotesi, aumenti complessivi marginali per l'occupazione dell'Ue, non superiori allo 0,018% in un periodo di attuazione da 6 a 10 anni, mentre, studi recenti, hanno previsto la perdita di 204 mila posti di lavoro per l'Ue, di cui 45 mila in Francia, 42 mila in Italia e 19 mila in Germania. Oltre a ciò, la valutazione d'impatto sulla sostenibilità mostra turbamenti settoriali significativi, che potrebbero portare, in ultima analisi, a un aumento della disoccupazione a lungo termine. Per quanto riguarda le retribuzioni, i dati empirici mostrano che l'accordo contribuirebbe ad approfondire il divario retributivo esistente tra lavoratori qualificati e non qualificati, aumentando in tal modo le disparità e le tensioni sociali. Inoltre, si prevedono effetti di redistribuzione considerevoli in relazione al reddito nazionale, che per l'Ue corrisponderebbero a un aumento dello 0,66% a favore dei possessori del capitale, aggravando quindi ulteriormente i disordini sociali". L'accordo non prevede nemmeno un capitolo contenente misure volte a sostenere le PMI. Vi sono attualmente 20,9 milioni di PMI nell'Ue (il 93% delle quali con meno di 10 dipendenti), ma solamente 619 mila esportano al di fuori dell'Unione. Nel contesto liberalizzato creato dal CETA, tali PMI saranno completamente esposte alla forte concorrenza delle imprese transnazionali nordamericane, il che metterà a rischio i 90 milioni di posti di lavoro che esse forniscono (il 67% dell'occupazione totale). E da ultimo "vi è una chiara disparità tra i livelli di protezione previsti per gli investitori e per gli interessi e i diritti dei lavoratori. Lo status privilegiato accordato agli investitori tramite il sistema giudiziario per la protezione degli investimenti

(ICS) si contrappone in modo evidente al meccanismo di consultazione previsto per la protezione degli interessi e dei diritti dei lavoratori". Insomma fermiamoci qui, e vediamo invece la bozza di parere della Commissione Ambiente del Parlamento europeo del 13 dicembre. "L'Ue e il Canada hanno approcci molto diversi in tema di salute, ambiente, sicurezza alimentare - si legge nella bozza che verrà discussa il prossimo 12 gennaio - il Canada ha già fatto causa all'Ue e agli Stati membri, in ambito WTO, per le leggi sugli Ogm, il divieto di somministrazione di ormoni ai bovini, i prodotti ricavati dalla caccia alle foche e perfino sull'amianto, ha sempre avversato il regolamento europeo REACH sulle sostanze chimiche e la normativa sui pesticidi", concludendo che l'accordo non rispetta il diritto alla regolamentazione degli Stati Membri fatto reso ancor più evidente dall'esistenza di dispositivi "che garantiscono agli investitori di citare in giudizio gli Stati, mentre gli impegni sugli standard ambientali" rimangono non vincolanti. L'applicazione del CETA andrebbe in contrasto con alcuni standard ritenuti non negoziabili: dall'approccio alla sicurezza alimentare alle misure sugli interferenti endocrini, dagli impegni per il raggiungimento degli obiettivi climatici e energetici ai livelli massimi per i residui di pesticidi, non è prevista la protezione piena delle indicazioni geografiche, la riduzione degli antibiotici negli allevamenti, la promozione delle rinnovabili e la riduzione delle emissioni per gli autoveicoli. La conclusione quindi è netta: "La Commissione Ambiente chiede alla Commissione Commercio internazionale, come commissione responsabile, di raccomandare al Parlamento di declinare il suo consenso" al CETA. Insomma abbiamo poche settimane per far sentire la nostra voce. La posta in gioco lo merita, no?

EQUITA' NEL CREDITO

Cessione del quinto. MC propone di ridurre il tasso soglia e lancia una petizione



In questo periodo di crisi, purtroppo sono in aumento pensionati e lavoratori dipendenti, pubblici e privati, che fanno ricorso alla cessione del quinto, impegnando un quinto, o nel caso del lavoratore anche di più, della loro entrata mensile.

Ogni prestito ha un costo che dipende dal rischio che si assume la banca o la finanziaria che eroga il credito. Ad un maggior rischio dovrebbe teoricamente corrispondere un maggior costo del credito.

Quando il rischio diminuisce, ad esempio nel caso dei mutui garantiti da ipoteca, il costo del credito dovrebbe essere più contenuto.

Questa elementare regola non trova però conferma nell'analisi dei costi della cessione del quinto che è uno dei prestiti più sicuri e garantiti sia perché la rata mensile dovuta viene direttamente trattenuta dal datore di lavoro o dall'ente previdenziale, sia perché la legge impone la stipula di una polizza assicurativa per coprire il rischio di morte e/o di perdita dell'impiego.

Il tasso medio rilevato nell'ultimo trimestre del 2016 è del 10,57 per i prestiti sotto i 5.000 euro, contro un tasso medio per i prestiti personali non garantiti del 10,52%.

In un mercato effettivamente concorrenziale la cessione del quinto dovrebbe avere un costo medio ben diverso da quello attuale, e comunque inferiore rispetto ai prestiti non garantiti.

E' evidente che in presenza di un costo del denaro negativo per gli intermediari, una soglia d'usura del 17,21% (applicabile nell'ultimo trimestre del 2016 alle cessioni del quinto superiori ai 5000 euro), sostanzialmente identica a quella dei crediti personali non garantiti (17,12%), sia il frutto di un sistema certamente non competitivo che sfrutta lo stato di bisogno dei soggetti più vulnerabili.

La legge 108 del 1996 ha introdotto un parametro oggettivo per determinare il tasso soglia, ovvero l'ammontare complessivo dei costi oltre i quali l'erogazione del credito è sempre considerata usuraria.

Ogni tre mesi il Ministero dell'economia rileva il tasso medio praticato dalle banche e dagli altri intermediari (TEGM) per ogni categoria di operazioni di erogazione del credito (mutui, scoperti in conto corrente, cessione del quinto etc).

La soglia d'usura, ovvero il costo massimo applicabile, considerando interessi, commissioni e spese, è data dal TEGM aumentato del 25%, oltre 4 punti.

Movimento Consumatori vuole introdurre una deroga all'attuale disciplina

dell'usura che preveda la diminuzione del tasso soglia per i contratti di prestito con cessione del quinto, delegazione o qualsivoglia forma che renda indisponibile una quota del reddito o della pensione.

L'associazione chiede di abbassare il limite dell'usura per i prestiti con cessione del quinto dello stipendio/pensione passando dall'attuale metodo di calcolo (aumento del 25% del TEGM + 4%) ad uno più contenuto (con il solo aumento del 25% del TEGM) così da rendere complessivamente meno costoso il prestito per il consumatore.

Per capire come cambierebbe la situazione per il consumatore con la diminuzione del tasso soglia proposta da Movimento Consumatori facciamo un esempio, considerando i tassi soglia dell'ultimo trimestre del 2016:

Tegm al 30.9.2016 per i contratti di cessione del quinto sopra i 5.000 euro: 10,57%	Tasso soglia attuale	Proposta MC
	17,21%	13,21%

Una differenziazione tra il tasso dei contratti di cessione del quinto e le altre operazioni è secondo MC ragionevole e giustificata per due ragioni:

- 1) la cessione del quinto è la forma di accesso al credito di ultima istanza per i consumatori e comporta un'indisponibilità di una parte importante del reddito;
- 2) nei prestiti garantiti dalla cessione dello stipendio il rischio specifico per il finanziatore è pressoché inesistente: la riduzione del tasso soglia consentirebbe di riportare ad equità il costo del credito, senza pregiudicare in maniera ingiusta i guadagni delle finanziarie e delle banche.

Movimento Consumatori per supportare la sua proposta ha lanciato una petizione per ridurre il tasso soglia nei contratti di cessione del quinto, che i cittadini possono firmare sul sito dell'associazione all'indirizzo <https://petizioni.movimentoconsumatori.it/petitions/4/cessione-del-quinto>.

RISPARMIATORI DANNEGGIATI

Veneto Banca, MC lancia azione collettiva



26 novembre, incontro pubblico a Domodossola per informare gli azionisti sulle azioni collettive MC

Movimento Consumatori è da sempre attivo nella tutela dei risparmiatori, obbligazionisti e azionisti, vittime di crac e scandali finanziari.

Dal 2015, si occupa del caso Veneto Banca e opera a favore dei risparmiatori che hanno acquistato dalla banca e da società del Gruppo, obbligazioni convertibili e azioni, oggi prive di valore.

L'associazione ha direttamente riscontrato diffuse e sistematiche violazioni delle regole che le banche devono rispettare nella vendita di prodotti particolarmente rischiosi e in conflitto di interessi, come le azioni proprie non quotate, e assiste quindi gli azionisti in un'analisi personalizzata degli acquisti e nella valutazione delle responsabilità della banca. Attualmente gli azionisti danneggiati non hanno altra via se non quella di rivolgersi al tribunale visto che

malgrado i proclami della banca non è stata avviata una procedura di conciliazione paritetica.

Movimento Consumatori sta promuovendo quindi ogni iniziativa - azioni collettive, rappresentanza in assemblea, esposti penali - necessaria per sanzionare gli illeciti commessi da amministratori e sindaci e per fare ottenere agli azionisti il risarcimento dei danni conseguenti all'azzeramento del valore delle azioni, precipitato da 40 euro (nel 2013 e nel 2014) ai 10-50 centesimi attuali.

MC verifica la regolarità della vendita delle azioni (non soltanto in caso di erogazione di finanziamenti condizionati all'acquisto di azioni, ma anche in caso di altre violazioni della normativa a tutela dei risparmiatori) e sta costituendo sul territorio la "classe" di coloro che intenderanno avviare azioni in sede civile

o penale, in caso di rinvio a giudizio degli imputati indagati dalla procura della Repubblica di Roma.

Per informare gli azionisti sulle azioni collettive promosse dall'associazione, Movimento Consumatori sta organizzando sul territorio degli incontri pubblici: il 26 novembre scorso ci sono stati i primi appuntamenti a Verbania, Domodossola, Novara e Varese, e altri verranno comunicati prossimamente.

Per aderire alle azioni collettive di MC e per avere specifiche informazioni si può contattare dal lunedì al venerdì, dalle 9.00 alle 19.00, il numero fisso 011 5069546 o il numero di cellulare 342 7038900, oppure scrivere a venetobanca@movimentoconsumatori.it.

* Istruttoria dell'Antitrust

Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato ha comunicato il 3 novembre scorso l'apertura di un procedimento istruttorio per una presunta pratica commerciale scorretta nei confronti di Veneto Banca.

La banca avrebbe nei fatti condizionato l'erogazione di finanziamenti (mutui, tra i quali i cc.dd. "Mutui Soci", prestiti personali, aperture di credito in conto corrente) a favore dei consumatori all'acquisto da parte degli stessi di proprie azioni.

In particolare, nel caso dei "Mutui Soci", che prevedono condizioni economiche agevolate rispetto ai prodotti di mutuo ordinari, al fine di ottenere gli stessi i consumatori non soci sarebbero stati condizionati a: acquistare pacchetti minimi di azioni della banca, necessari per diventare soci e poter accedere ai prodotti di mutuo in questione riservati ai soci e non vendere tali pacchetti azionari, al fine di mantenere la qualifica di soci e conseguentemente non perdere le condizioni economiche agevolate.

Questa condotta potrebbe integrare una pratica commerciale scorretta, in quanto idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione ai prodotti di finanziamento. L'indebito condizionamento connesso alla prospettiva di poter ottenere il finanziamento solo sottoscrivendo titoli appare infatti qualificabile come comportamento idoneo a fare assumere una decisione commerciale che il consumatore non avrebbe altrimenti preso e ciò a prescindere dal tipo di informazione resa sulle caratteristiche e sul grado di rischiosità del titolo abbinato. Per accertare queste condotte, i funzionari dell'Agcm hanno eseguito una serie di ispezioni nelle sedi della banca, con l'ausilio del Nucleo speciale antitrust della Guardia di finanza.

INIZIATIVE

Al via la campagna "La Digital Tax anche in Italia!"



Una nuova imposta nella legge di Bilancio, ma questa volta per i giganti dell'economia digitale, come Apple, Google, Ebay, Amazon, Facebook, Uber e AirBnB.

Le multinazionali della Rete fanno enormi profitti in Italia, senza però pagare le imposte come le nostre aziende, semplicemente perché i loro utili sono contabilizzati nei Paesi a fiscalità privilegiata, come Irlanda e Paesi Bassi.

La petizione si può firmare online

Con questa premessa è partita la campagna "Digital Tax anche in Italia!", con una petizione online www.progressi.org/digitaltax rivolta al presidente del Consiglio e al ministro di Economia e Finanza.

La richiesta è semplice: inserire un'imposta sui profitti di queste imprese nella legge di Bilancio e applicarla a partire dal 1° gennaio 2017.

La campagna nasce da Progressi.org insieme al Tax Justice Network e alle associazioni Movimento Consumatori, Adoc, Confconsumatori, Associazione Consumatori Serenissima.

Nuove entrate per l'Italia

Secondo le stime degli economisti, con un'aliquota del 20% una simile imposta porterebbe nelle casse dello Stato italiano circa 3 miliardi di euro.

Con queste nuove entrate si potrebbero ricostruire le zone colpite dal terremoto, ad esempio, o migliorare i servizi pubblici, abbassare la pressione fiscale e aumentare le pensioni più basse.

Finora né l'Unione Europea né l'Ocse (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico) hanno trovato una soluzione per fermare questo tipo di elusione fiscale.

Altri Paesi come il Regno Unito, l'Australia e l'India, invece, si sono già attivati introducendo forme diverse di Digital Tax.

L'ex governo Renzi, dopo tante promesse, era rimasto in silenzio su questo tema.

Eppure ci sono state diverse proposte di legge negli ultimi anni: il ddl 1662 di Francesco Boccia e il ddl 3076 di Stefano Quintarelli.

L'adesione di MC

"Movimento Consumatori aderisce a questa campagna – spiega Alessandro Mostaccio, segretario generale dell'associazione - perché bisogna porre fine al 'Tax Ruling', e a ogni accordo tra Stati ed imprese che legittimi l'evasione in nome dell'attrazione degli investimenti. E' ora di chiedere al Governo italiano di fare una scelta di forte valenza simbolica per riportare a equità il nostro sistema fiscale.

Sappiamo che lo scenario futuro di una tassazione del genere, per essere davvero efficace, non potrà che essere di tipo europeo, ma visto che allo stato attuale la politica fiscale richiede l'unanimità degli Stati membri,

il ruolo dell'Italia deve essere quello di fare da apripista e dimostrare ai timorosi partner europei che il 're è nudo'. Iniziamo l'Italia a mettere in cantina le transazioni private con le multinazionali!"

Un'iniziativa partita da Progressi.org

I promotori della campagna e della petizione spiegano le ragioni dell'iniziativa: "Con la pressione fiscale che c'è nel nostro Paese, è inaccettabile che le multinazionali digitali straniere facciano affari per milioni di euro senza però pagare le stesse imposte delle piccole imprese italiane, dei lavoratori autonomi e dipendenti", dice Vittorio Longhi, presidente di Progressi. "Nel contesto economico globale non ci dobbiamo rassegnare a essere consumatori passivi, almeno pretendiamo equità".

facebook ebay Google
amazon.com Apple Airbnb
**Paghino le tasse
come tutti noi!** 👍

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE



Candidature trasparenti: fondamentali per le prossime elezioni

di Gustavo Ghidini*

In questo particolare momento politico per il nostro Paese, in cui si profilano forse all'orizzonte nuove elezioni, la questione della necessità di "candidature trasparenti" e di una normativa adeguata che le disciplini, che MC sta portando avanti da tempo con impegno e con determinazione (con la promozione, ad esempio, insieme all'Associazione Pubblici Cittadini delle campagne #nometrasparenti e Sai Chi Voti) è elemento fondamentale, perno irrinunciabile su cui basare la prossima campagna elettorale. L'impegno alla trasparenza è l'unico modo per contrastare il malaffare e ripristinare un legame di fiducia tra i cittadini e le istituzioni e per questo è necessario che siano resi pubblici sul web i curricula, con competenze e incarichi ben evidenti, lo status penale e una dichiarazione sui potenziali conflitti d'interesse di coloro che si candidano a rappresentare gli italiani. Trasparenza e valutazione del merito rappresentano i principi fondamentali dell'attività politica e amministrativa. Troppo spesso però questi requisiti vengono messi in secondo piano nelle attività di comunicazione dei partiti durante le campagne elettorali. La conseguenza è che vengono elette a cariche fondamentali per la vita demo-

cratica del Paese, persone che spesso non hanno le caratteristiche per ricoprire questi incarichi o, peggio, sono in evidente conflitto di interesse. Nelle ultime elezioni amministrative del giugno 2016, grazie alla campagna Sai Chi Voti di alcuni sindaci di procedere a audizioni pubbliche, ma ancora è poco. Per questo ora più che mai è necessario proporre con forza l'iniziativa sulla trasparenza delle candidature per le elezioni politiche che nasce per rispondere all'esigenza di avere una classe politica pulita e trasparente. I cittadini devono poter scegliere chi ci governa e amministra: corruzione, clientelismi, conflitti d'interessi e guai giudiziari devono rimanere fuori dall'urna elettorale. Il nostro ordinamento non prevede alcun obbligo di informazione preventiva sui profili dei candidati, il che contraddice in assoluto il principio di democraticità oltre a comprimere sostanzialmente l'esercizio della libera scelta da parte degli elettori. Troppe volte, infatti, si è scoperto tardi che gli eletti non avevano le giuste competenze per svolgere il ruolo che ricoprivano o erano portatori di equivoci conflitti d'interesse che ne pregiudicavano l'operato. È troppo spesso abbiamo assistito a candidature fatte a porte chiuse, nate più da favoritismi e logiche di spartizione che dalle reali capacità di chi amministra.

*presidente Movimento Consumatori

* Dall'Europa

La Commissione europea ha annunciato il nuovo pacchetto di interventi per promuovere l'economia decarbonizzata e lo sviluppo sostenibile. Si tratta di un piano da 222.7 milioni di euro finalizzato a realizzare un futuro più verde, pulito e efficiente, che andrà a sostenere 144 progetti di 23 Stati membri. Si stima che il fondo, che andrà a valere sul programma "Life" per l'ambiente e l'azione per il clima, sarà in grado di stimolare investimenti complessivi per 399 milioni di euro. Di questi, oltre 323 milioni saranno destinati a tre ambiti: ambiente e uso efficiente delle risorse, natura e biodiversità, governance e informazione in materia di ambiente. Nel pacchetto sono previsti numerosi premi per aiutare gli Stati membri a realizzare efficacemente e più rapidamente la transizione verso un'economia circolare. Tra i premiati nel 2016, ci sono i nuovi camion elettrici a idrogeno a risparmio energetico per la raccolta dei rifiuti in Belgio, nuove tecnologie per ridurre i rischi sanitari dei fanghi nelle acque reflue applicate per la prima volta in Italia e un progetto per aiutare i comuni greci, tra cui Olimpia, ad aumentare i tassi di riciclaggio. I progetti selezionati concorrono al conseguimento dell'obiettivo dell'Unione europea di ridurre le emissioni di gas a effetto serra di almeno il 40% entro il 2030, contribuendo alla transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente sotto il profilo climatico.

* Domande e risposte

Sono un utente possessore di smartphone che da un giorno all'altro, senza sapere perché, si è ritrovato sulla fattura addebiti per servizi mai richiesti. Come è potuto succedere? Io non ho mai richiesto nulla! E cosa devo fare per tutelarmi?

Antonio Curzi, Roma



Risposta a cura di
Francesca Ferrarese
Settore Telefonia
Sportello del
Consumatore online

Non appena ci si accorge di aver attivato un servizio a pagamento non richiesto, bisogna segnalare immediatamente il problema al gestore, inviando un reclamo scritto (tramite fax, Pec o raccomandata con avviso di ricevimento) per contestare le somme ingiustamente addebitate e richiedere il rimborso di quanto addebitato, dichiarando esplicitamente di non aver mai richiesto nessun abbonamento.

Oggi purtroppo con le nuove tecnologie e la presenza dei banner pubblicitari è molto più facile attivare servizi non richiesti: sia in caso di abbonamento, sia in caso di ricaricabile è quindi bene controllare periodicamente il proprio credito al fine di evitare sorprese e agire tempestivamente. Inoltre, per scongiurare a priori questi problemi, gli utenti possono rivolgersi al proprio operatore per farsi immediatamente disattivare i servizi a pagamento e evitare così di incorrere in successivi, futuri problemi.

Se si è ricevuto un sms di attivazione dell'abbonamento da parte dell'azienda erogatrice del servizio, è necessario inviare la richiesta di blocco sia alla compagnia telefonica sia all'azienda in questione. Se la compagnia telefonica non fornisce alcun riscontro o fornisce un riscontro non soddisfacente per l'utente, allora sarà possibile rivolgersi ai Co.re.com. della propria Regione di appartenenza o all'associazione dei consumatori più vicina per esperire il tentativo obbligatorio di conciliazione e tentare di risolvere il proprio problema in quella sede.

Hai un problema e vuoi risolverlo on line?
Rivolgiti ai nostri esperti: www.sportello.movimentoconsumatori.it.

* Fonsai. Oltre 1000 azionisti, difesi da MC, dovranno essere risarciti



Il 11 ottobre scorso, il tribunale di Torino ha condannato Salvatore Ligresti (6 anni e 1 mese), Jonella Ligresti (5 anni e 8 mesi), Fausto Marchionni (5 anni e tre mesi), Riccardo Ottaviani (2 anni e 6 mesi) per i reati di falso in bilancio e manipolazione dei mercati che hanno portato alla crisi compagnia poi incorporata in Unipol.

Il tribunale ha condannato gli imputati e i responsabili civili al risarcimento dei danni causati agli azionisti che si sono costituiti parti civili nel processo, rinviando in sede civile la quantificazione.

"Il Movimento Consumatori - ha affermato Paolo Fiorio, coordinatore dell'Osservatorio Credito e Risparmio dell'associazione - esprime soddisfazione per l'esito del processo che rappresenta un riconoscimento importantissimo per tutti i piccoli azionisti che hanno investito in azioni Fondiaria-Sai".

Movimento Consumatori, assistito per tutta la durata del processo dall'avvocato Corrado Pinna, rappresenta oltre 1000 azionisti che dovranno essere risarciti dagli imputati, da UnipolSai e da Reconta quali responsabili civili.

"Movimento Consumatori continuerà la propria battaglia - ha spiegato il segretario generale dell'associazione, Alessandro Mostaccio - invitiamo Unipol Sai a non sfuggire alle proprie responsabilità e a non aspettare i tre gradi di giudizio e le cause civili per liquidare i danni subiti dagli azionisti; è ora che i danneggiati vengano risarciti in maniera rapida".

MC invita tutti gli azionisti che non si fossero costituiti parte civile a rivolgersi alle sedi territoriali dell'associazione o a scrivere a fonsai@movimentoconsumatori.it per interrompere la prescrizione e per richiedere il risarcimento di tutti i danni subiti.

Ulteriori informazioni e approfondimenti sulla vicenda Fonsai sono presenti sul sito www.movimentoconsumatori.it.

Consumers' notizie

RIMBORSI INPS

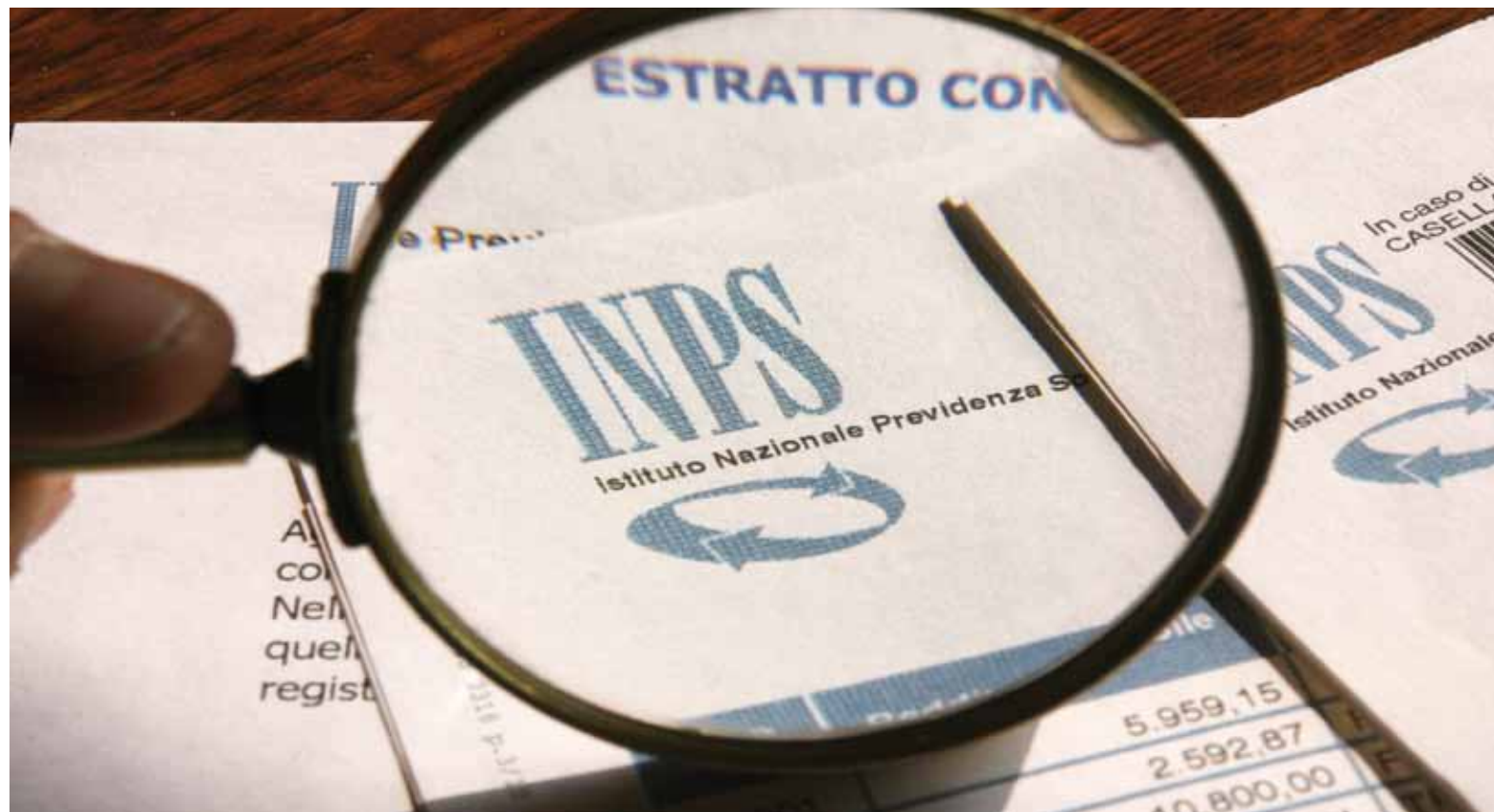
MC offre assistenza ai pensionati

Movimento Consumatori ha avviato alcune azioni collettive per la perequazione delle pensioni Inps e le iniziative di rimborso a favore di quanti ne hanno diritto.

Nel dicembre 2011, il Governo ha azzerato il meccanismo di adeguamento automatico delle pensioni superiori al triplo del minimo Inps (Manovra Salva Italia) e quindi coloro che sono andati in pensione prima del 31 dicembre 2011 (per due scatti di perequazione automatica) e prima del 31 dicembre 2012 (per 1 scatto di perequazione automatica) e hanno percepito un importo della pensione per il 2012 superiore a € 1.405,05 lordi (pari a circa € 1.088,00 netti) e per il 2013 superiore a € 1.443,00 lordi (pari a circa € 1.117,00 netti), possono ottenere il ricalcolo della pensione e il rimborso di quanto non percepito.

La Corte costituzionale, con sentenza n. 70 del 30 aprile 2015, ha dichiarato l'illegittimità costituzionale dell'art. 24, comma 25, del decreto legge 6 dicembre 2011, n. 201, riconoscendo il diritto dei pensionati a una prestazione previdenziale adeguata e rivalutata per conservare il potere di acquisto delle somme percepite.

Movimento Consumatori per consentire ai pensionati di far valere i propri diritti ha avviato alcune azioni collettive. L'associazione ha attivato presso le proprie sezioni un servizio di assistenza per la richiesta dei rimborsi. I recapiti sono presenti sul sito www.movimentoconsumatori.it.



* In evidenza

Sbilanciamoci! Presentata la Contromanovra 2017

Il 15 novembre scorso è stata presentata a Roma la nuova Contromanovra della campagna Sbilanciamoci! Una manovra a saldo 0 da 40,8 miliardi di euro, 7 aree di analisi e intervento: dal fisco al lavoro, dall'istruzione all'ambiente, dal welfare all'altraeconomia, passando per la pace e la cooperazione internazionale. 115 proposte praticabili da subito per garantire giustizia e sostenibilità all'Italia, elaborate dalle 47 organizzazioni aderenti alla Campagna che esamina in dettaglio il disegno di legge di Bilancio 2017 e delinea la sua manovra alternativa. Il Governo continua a fare promesse e a distribuire prebende a ricchi, banche e imprese, senza avere il coraggio di investire nel futuro e di tracciare una strategia definita per il rilancio dell'economia e dell'occupazione. Il famoso Fondo per investimenti in infrastrutture, 1,9 miliardi di euro sul 2017, dovrebbe finanziare di tutto: un vero e proprio calderone. Il disegno di legge consegnato alla Camera non è per i giovani, che certamente non vedranno migliorare le proprie prospettive grazie al "bonus cultura". Non è per quegli anziani ai quali si offre non un diritto, ma la possibilità di chiedere alle banche un prestito garantito mediante l'acquisto dalle assicurazioni di una polizza a loro favore. Si tratta di un prestito che verrà rimborsato per i successivi venti anni e che potrà portare, anche tenendo conto degli sgravi fiscali, con 3 anni e sette mesi di anticipo pensionistico, ad una riduzione della pensione pagata anche del 20%. Non è per le donne il cui diritto alla parità non sarà garantito da un giorno in più, rispetto al giorno attualmente riconosciuto, di congedo di paternità obbligatorio. E non è nemmeno pensato per chi si trova al di sotto della soglia di povertà: nel 2017 non è previsto neanche un euro in più rispetto alla legge di Bilancio 2016. Sbilanciamoci! risponde con la sua Contromanovra, chiudendo come sempre in pareggio e pur contemplando il blocco di quella clausola di salvaguardia capestro che, per evitare l'aumento dell'Iva a partire da gennaio 2017, assorbe ben 15,1 miliardi di euro. Se il Governo avesse fatto quanto promesso nel 2016, razionalizzando la spesa pubblica, eliminando gli sprechi e attivando interventi a sostegno della domanda e dei consumi interni, queste risorse avrebbero potuto essere usate per finanziare una forma strutturale di sostegno al reddito, un piano straordinario di edilizia pubblica, gli ospedali, le scuole e i servizi sociali territoriali che ci servono.

* Dalle sezioni

Roma Capitale

MC diffida Ater Roma

A seguito di segnalazioni dei cittadini, MC ha diffidato Ater (Azienda Territoriale Edilizia Residenziale Pubblica del Comune di Roma) dal proseguire, con le modalità attuate finora, la propria campagna di "diffida e costituzione in mora". MC ha riscontrato che Ater sta contestando a diversi proprietari di alloggi, debiti di cui al momento l'azienda non è in grado di dettagliare nulla, se non l'importo complessivo dovuto. MC ha dato 15 giorni all'azienda per agire correttamente anche mediante l'invio di una lettera informativa ai cittadini, destinatari del sollecito, di tutti i loro diritti, incluso quello di veder decurtate le somme prescritte senza rivolgersi all'autorità giudiziaria. MC chiede a Ater di dare possibilità alle persone di interloquire con il responsabile del procedimento, con previa comunicazione del rendiconto annuale documentato e fornendo copia delle precedenti lettere di messa in mora, regolarmente ricevute dal destinatario.

romacapitale@movimentoconsumatori.it

Venezia

Una nuova sede per MC Venezia

Una nuova sede per il Movimento Consumatori di Venezia-Mestre, in pieno centro città.

Lo sportello di consulenza si arricchirà del servizio "Casa & Condominio" che, oltre ad assistere i cittadini su tutte le problematiche legate alla casa, promuoverà l'iniziativa "Venezia Green", con l'obiettivo di diffondere e di promuovere, nelle abitazioni e nei condomini, l'uso di energie provenienti esclusivamente da fonti sostenibili.

Nel calendario delle iniziative della sezione di Venezia-Mestre c'è anche, da autunno a primavera, la realizzazione di laboratori la domenica pomeriggio.

Questi eventi sono rivolti ai bambini e ai loro genitori e hanno l'obiettivo importante di promuovere l'editoria per ragazzi e informare e divulgare presso le famiglie l'importanza della lettura nella crescita dei figli.

veneziamovimentoconsumatori.it

Caserta

Sportello itinerante per "Johnny"

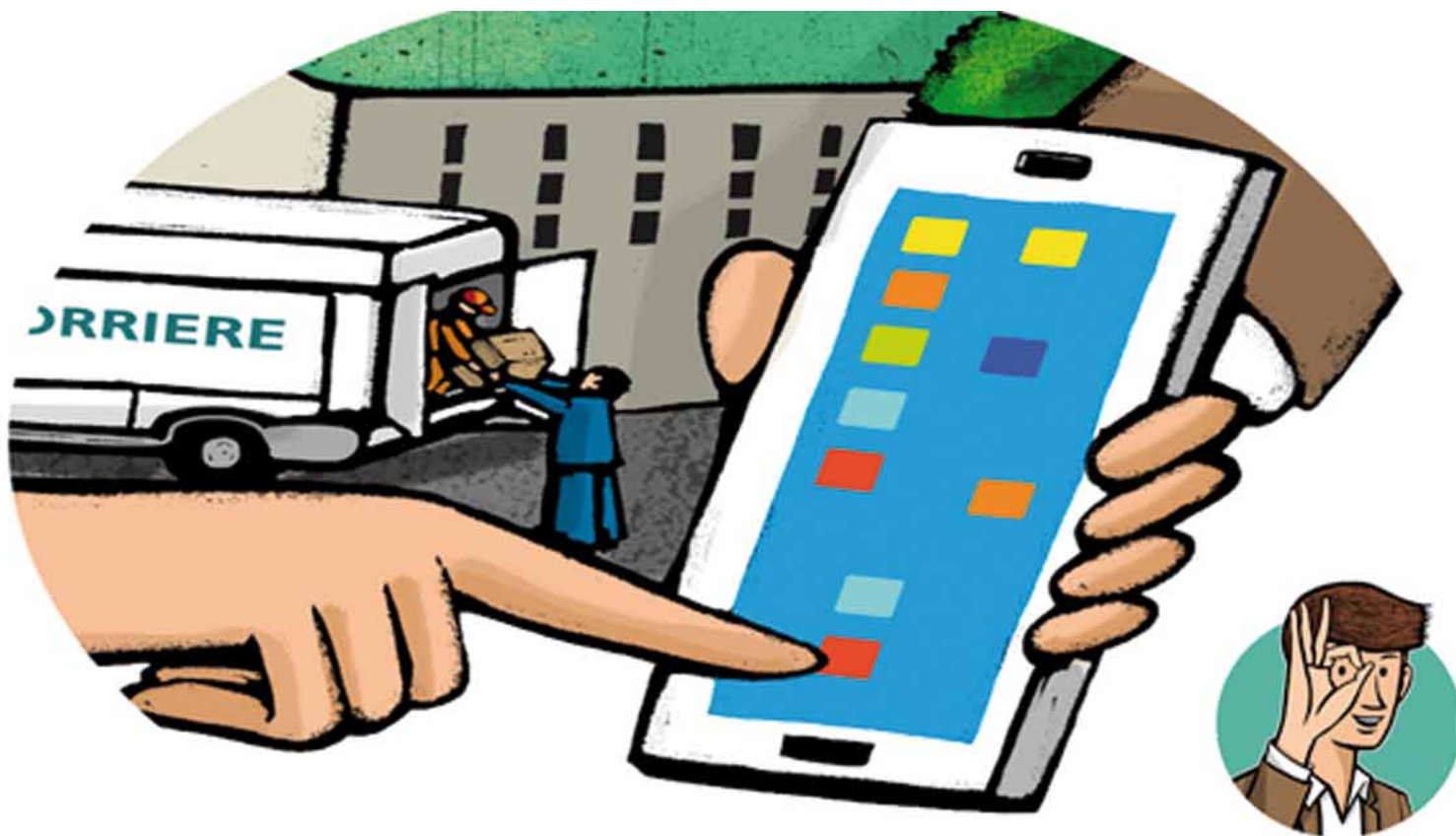
Si è conclusa in questi giorni la maratona dello sportello itinerante della sezione MC di Caserta per il progetto Johnny, finalizzato a informare e assistere il cittadino su tematiche consumeristiche di particolare attualità, anche attraverso consulenze specifiche e raccolta di segnalazioni di eventuali disservizi che ha visto lo staff casertano impegnato in 15 tappe durante il mese di novembre presso i principali luoghi di aggregazione del territorio. Il disagio rispetto ai servizi pubblici locali (in particolare rifiuti e trasporti), è stato quello più segnalato: sono ritenuti carenti nell'area di riferimento, così come molte sono state le segnalazioni registrate rispetto al tema dei diritti dei passeggeri. Minore attenzione risultano avere al momento temi quali la sharing economy e l'e-commerce sebbene, soprattutto tra il pubblico più giovane e prevalentemente universitario, si rileva un crescente interesse per tali nuove tendenze.

casertamovimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative

PROGETTO JOHNNY

Problemi con i mezzi di trasporto? Arriva l'app JoinJohnny



L'applicazione, disponibile gratuitamente su Google Play e Apple Store, è dedicata alla segnalazione di disservizi dei trasporti pubblici su scala urbana, regionale e nazionale e consente ai cittadini di inviare in tempo reale una segnalazione in caso di problemi sulle reti del trasporto pubblico. L'app nasce grazie al progetto "Johnny, viaggio di un consumatore tra diritti disattesi, sharing economy e nuovi canali di acquisto", promosso da Cittadinanzattiva, Federazione Confconsumatori - ACP e Movimento Consumatori, con il sostegno del Ministero dello Sviluppo economico.

Una corsa per tornare a casa interrotta o annullata, vetture sporche sulle quali si è costretto a viaggiare, continui ritardi sulla linea: queste e molte altre le difficoltà potranno essere segnalate direttamente al gestore, che verrà invitato a fornire informazioni dettagliate.

Sei le prime città in cui da oggi sarà possibile inviare segnalazioni: Roma, Torino, Milano, Catania, Bologna e

Napoli. L'applicativo renderà più semplice e immediato inviare una segnalazione, favorendo il reclamo e contribuendo all'incremento della consapevolezza dei cittadini sui propri diritti attraverso la diffusione di informazioni utili e incentivando i gestori alla risoluzione dei problemi.

Un sistema di segnalazione partecipativo in cui i cittadini saranno protagonisti. Riduzione dei tempi di presa in carico delle segnalazioni, maggiore trasparenza e un incremento del dialogo con i cittadini sono i vantaggi che le associazioni intendono raggiungere attraverso l'app.

JoinJohnny consentirà inoltre di creare una community (#joinjohnny) in cui gli utenti potranno confrontarsi, commentare e esprimere la propria valutazione. Per maggiori informazioni sull'app e per inviare segnalazioni si può visitare la sezione dedicata a JoinJohnny accessibile dalla landing page del progetto Johnny presente sui siti delle associazioni che promuovono l'iniziativa.

* Dire, fare, riciclare

A Natale salva la carta con i consigli di Comieco

A Natale è possibile essere attenti all'ambiente e alle proprie tasche, realizzando pacchetti sostenibili e creativi a partire da oggetti in carta e cartone che non si usano più: basta poco per dare vita a confezioni natalizie "fai da te" con vecchi cesti, vassoi e cassette della frutta, per creare originali pacchetti regalo utilizzando scatole e sacchetti in cartone da buttare o per ricavare eleganti involucri da carte geografiche, vecchi giornali e dal cartoncino cannettato delle confezioni di biscotti. Questi alcuni dei suggerimenti che Comieco fornisce agli italiani in vista delle feste, per ricordare che anche a Natale raccolta differenziata e riciclo non vanno in vacanza. Nel periodo natalizio, infatti, aumenta notevolmente il consumo di carta e cartone, e non solo per confezionare i doni da riporre sotto l'albero: sono tanti gli imballaggi riciclabili che entrano nelle nostre case in questi giorni di festa. In questo periodo dell'anno quindi diventa particolarmente importante fare una corretta raccolta differenziata di tutti i rifiuti, con un occhio di riguardo per la carta e il cartone.

Comieco, in vista delle festività, ricorda agli italiani di non dimenticare le buone norme di raccolta e svela alcuni accorgimenti pratici, che tornano utili in occasione dei grandi pranzi o cene di Natale e Capodanno.

Partendo dagli antipasti, tra cui affettati e formaggi, bisogna tenere a mente che la confezione cartacea va gettata nell'indifferenziata, perché si tratta di carta sporca, a meno che non sia formata da parti separabili, come carta e plastica; in tal caso i materiali possono essere riposti separatamente nella raccolta differenziata. Passiamo poi ai primi piatti: la carta da forno, utilizzata ad esempio per le lasagne, è anch'essa destinata in genere all'indifferenziata. Arrivando al secondo, è d'obbligo menzionare uno dei simboli del cenone di Capodanno: il cotechino o lo zampone. In questo caso, è necessario separare la confezione di cartone dall'involucro che contiene la carne. E per finire il dolce: non sarebbe Natale senza un panettone o un pandoro. Anche in questo caso, occorre separare la confezione in cartone dal cellophane che avvolge il dolce.

In generale i tovaglioli usati vanno gettati nell'umido. Nell'eventualità in cui si sia scelto di festeggiare fuori casa, è importante rammentare che gli scontrini non devono andare nel raccoglitore della carta, ma, trattandosi di carta chimica, dovrebbero essere gettati nell'indifferenziata. Infine, non dimentichiamo che gli avanzi possono essere conservati e portati a casa con le pratiche "doggy bag" in cartone riciclato, un aiuto prezioso per evitare di sprecare cibo e pietanze.

È importante inoltre ricordare che gli imballi stanno evolvendo: controllate sempre sulla confezione perché alcuni possono andare nella raccolta della carta o dell'umido invece che nel sacco dell'indifferenziato.

Buone feste da Comieco!

www.comieco.org

FOCUS FAIRTRADE

Scelte che fanno la differenza... davvero

Un consumo consapevole. È la scelta che fa davvero la differenza quando si decide di sostenere un acquisto e il mondo che rappresenta un prodotto. Quando si incrociano persone provenienti da Paesi in via di sviluppo, non si può non pensare alla loro provenienza: come si vive da agricoltori in un territorio in guerra? Cosa significa non sapere per quanto si potrà ancora percorrere la strada per trasportare la merce, frutto del proprio lavoro, al porto? Un'incognita quotidiana, dove possedere un pezzo di terra da coltivare significa spesso avere soltanto la sicurezza di portare un pasto in tavola. Guerra, conflitti sociali, lotta

per l'approvvigionamento delle risorse: questi i contesti nei quali lavorano le organizzazioni del circuito Fairtrade in Honduras; in Perù dove gli agricoltori hanno convertito la produzione da cocaina a cacao, con pesanti ritorsioni da parte dei narcotraffickanti; in Bolivia e Brasile, dove i produttori di frutta secca, nel nome del sindacalista Chico Mendes, combattono a costo della vita contro la distruzione delle foreste. E così è in molti altri Paesi dell'America Latina e dell'Africa da cui spesso le persone tentano di fuggire per cercare una vita migliore. Sono problemi lontani o sono sotto casa nostra, quando scendendo per strada non è più così strano incrociare

persone che escono da una caserma dove stanno trascorrendo il tempo in attesa del riconoscimento di uno status di rifugiato. È importante sostenere il commercio equo certificato, scegliendo un caffè rispetto ad un altro, si può fare la differenza per quei produttori. Basta far conoscere il lavoro di questi agricoltori e i contesti in cui operano per restituire anche ai "consumatori" il loro vero potere. Ai consumatori che scelgono consapevolmente, nel corso degli anni abbiamo dedicato iniziative e campagne come le Settimane Fairtrade: un modo per esprimere la propria preferenza per gli agricoltori che lottano ogni giorno per una qualità di vita migliore.

Consumers' magazine
il mensile dei consumatori

CONSUMERS' MAGAZINE - Periodico mensile
Registrazione del Tribunale di Roma n. 464
dell'8 ottobre 2007

MOVIMENTO CONSUMATORI - ASSOCIAZIONE
via Piemonte, 39/A - 00187 ROMA

Direttore responsabile: Rosa Miracapillo

A cura di Angela Carta e Piero Pacchioli

Progetto grafico: GIPSI Soc. Coop. Sociale ONLUS
via G. Gerlin, 16/8 - 30173 Mestre Venezia

Stampa: CENTRO SERVIZI EDITORIALI S.r.l.
via del Lavoro, 18 - 36040 Grisignano di Zocco

Consumers' news

LE NOTIZIE DEI CONSUMATORI



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

insieme per una società responsabile



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

Consumers' news del 13 luglio 2016



Veneto Banca e Popolare di Vicenza

Movimento Consumatori offre assistenza individuale e collettiva ai risparmiatori. Il Movimento Consumatori è da sempre attivo nella tutela dei risparmiatori, obbligazionisti e azionisti, vittime di crack e scandali finanziari, a partire dai casi Argentina, Cirio e ...

Campagne promosse da MC | Pubblicato il 13.06.2016

> Leggi tutto



Bonus a sapersi

Prende il via il progetto Bonus a sapersi - Promozione dell'accesso al bonus energia. Il progetto prevede l'organizzazione di 75 incontri locali che coinvolgono operatori locali di istituzioni, enti e organizzazioni senza fini ...

Progetti di MC | Pubblicato il 14.06.2016

Iscriviti alla nostra Newsletter Consumers' news

Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali sulle attività e sulle iniziative di Movimento Consumatori, le ultime news sui consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti dalla nostra associazione. Per iscriverti vai sul sito www.movimentoconsumatori.it. L'iscrizione è semplice e gratuita e puoi decidere di cancellarti in ogni momento.

TUTTI I CITTADINI SONO SOPRATTUTTO CONSUMATORI. TUTTI I CONSUMATORI HANNO DIRITTI

Movimento Consumatori (MC) è un'associazione autonoma e indipendente, senza fini di lucro, nata a Milano nel 1985 dalla passione di alcuni intellettuali.

MC ha come obiettivi la difesa dei diritti e degli interessi individuali e collettivi degli utenti nei confronti di enti pubblici e imprese, il miglioramento della qualità della vita dei cittadini e lo sviluppo di una cultura consumeristica responsabile ed eco-compatibile.

MC è iscritto al registro delle associazioni di promozione sociale (APS) e aderisce alla Federazione Arci. E' membro del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU), costituito presso il Ministero dello Sviluppo economico, e collabora con diverse realtà del terzo settore a sostegno di specifiche campagne sui diritti di cittadinanza e di consumo.

Movimento Consumatori monitora il rispetto delle normative vigenti da parte dei fornitori di beni e servizi, promuove campagne di sensibilizzazione (sui temi del risparmio energetico e

della tutela ambientale, della tutela dei piccoli risparmiatori, della finanza etica, del consumo critico, della lotta al gioco d'azzardo, della tutela della salute dei cittadini) e realizza iniziative di informazione volte a fornire a tutti, anche ad alcune categorie sensibili quali giovani, anziani, immigrati e diversamente abili, gli strumenti conoscitivi adeguati per diventare consumatori responsabili e attivi nel far valere i propri diritti. Movimento Consumatori conta più di 50 sezioni in tutta Italia che offrono quotidianamente informazioni, consulenza e assistenza stragiudiziale su tutte le tematiche di consumo.

Recentemente, per rendere ancora più universale il servizio di tutela individuale, MC ha messo a disposizione dei suoi associati anche un servizio innovativo di consulenza: lo Sportello del Consumatore online (www.sportello.movimentoconsumatori.it) è in grado di gestire le pratiche a distanza, grazie ad una ventina di esperti specializzati nelle tematiche di consumo.

diventa socio

Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnatigli dalle pubbliche istituzioni e attraverso le quote associative. Iscrivendoti a MC nazionale sarai:

TUTELATO: potrai usufruire di un qualificato servizio di consulenza legale in caso di violazione dei tuoi diritti di consumatore recandoti presso una delle nostre sezioni o dialogando direttamente da casa con uno dei consulenti del nostro sportello online (www.sportello.movimentoconsumatori.it)

INFORMATO: riceverai in abbonamento direttamente a casa tua Consumers' magazine, il nostro periodico, per essere sempre informato con notizie dal mondo del consumerismo.

AGGIORNATO: riceverai Consumers' news, la newsletter che ti aggior-

na sulle iniziative di Movimento Consumatori.

Puoi diventare:

Socio sostenitore - quota 35 euro - iscritto a Movimento Consumatori nazionale con diritto alla consulenza legale tramite lo sportello online, all'abbonamento a Consumers' magazine e alla newsletter Consumers' news.

Socio a convenzione - iscritto a Movimento Consumatori nazionale nell'ambito di accordi stipulati con altre associazioni, enti e aziende. Se vuoi conoscere le agevolazioni previste dalle convenzioni attive o sei interessato a sviluppare una partnership con MC scrivi a tesseramento@movimentoconsumatori.it.

Per maggiori informazioni:

<http://www.movimentoconsumatori.it/p/424/iscriviti.html>

Telefono 06 4880053

Email: tesseramento@movimentoconsumatori.it.

* Sezioni e sportelli

ABRUZZO

Pescara, tel. 085 297233

BASILICATA

Potenza, tel. 0971 411832

CALABRIA

Lamezia - Vibo, tel. 320 2295896
Reggio Calabria, tel. 0965 817782

CAMPANIA

Caserta, tel. 0823 1970205
Napoli, tel. 081 7414661

EMILIA ROMAGNA

Bologna, tel. 051 277111
Modena, tel. 059 3367171

LAZIO

Roma Capitale, tel. 06 39735013
Sede distaccata Roma Capitale, tel. 06 4067413
Tivoli, tel. 0774 334270

LIGURIA

Sanremo, tel. 0184 597675
Savona, tel. 019 807494

LOMBARDIA

Bergamo, tel. 035 0770803
Lecco, tel. 0341 365555
Milano, tel. 02 80583136
Varese, tel. 0332 810569

MARCHE

Macerata, tel. 0733 236788

MOLISE

Campobasso, tel. 0874 411086

PIEMONTE

Biella-Vercelli, tel. 015 8491179
Bra, tel. 327 3743855
Cuneo, tel. 0171 602221

Torino, tel. 011 5069546

PUGLIA

Andria, tel. 0883 591030
Bari, tel. 329 1237435
Brindisi, tel. 377 2655870
Foggia e provincia, tel. 0882 223774
Lecce, tel. 0832 399128
Molfetta, tel. 340 6085572
Taranto, tel. 391 3312243
Trani, tel. 347 8006116

SICILIA

Caltanissetta, tel. 339 2046198
Mazara del Vallo, tel. 328 3222046
Palermo, tel. 091 6373538

TOSCANA

Arezzo, tel. 055 901643
Cecina, tel. 0586 754504
Firenze Nord, tel. 055 4250239
Livorno, tel. 0586 219158
Pisa, tel. 050 41047
Prato, tel. 0574 635298
Piombino, tel. 348 8974227
Versilia, tel. 0584 31811

UMBRIA

Perugia, Tel. 075 5731074

VENETO

Padova, tel. 049 8256920
Rovigo, tel. 0425 727337
Venezia-Mestre, tel. 041 5318393
Verona, tel. 045 595210
Vicenza, tel. 0444 325767

HAI UN PROBLEMA?

www.graphica57.com



c'è lo Sportello del Consumatore ON LINE

semplice

veloce

comodo



➔ vai su www.sportello.movimentoconsumatori.it

puoi risolvere
controversie su:

-  Acquisti e servizi
-  Assicurazioni
-  Banche
-  Energia
-  Multe
-  Telefonia
-  Trasporti e turismo

Lo Sportello del
Consumatore on line
è un servizio di



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**